18. cilt volume | 2. sayı issue | 2022 güz autumn

ISSN: 1306 - 2174

Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

The International Journal of Economic and Social Research



Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

The International Journal of Economic and Social Research

ESAD

Cilt/Volume:18 Sayı/ Issue:2

Güz / Autumn 2022

ISSN&e ISSN: 136 - 2174

SAHİBİ / OWNER

Prof. Dr. Mustafa ALİŞARLI - mustafa.alisarli@ibu.edu.tr
Rektor, Bolu Abant Izzet Baysal University, Bolu-Turkey

BİLİMSEL YAYIN VE DERGİLER KOORDİNATORLÜĞÜ / SCIENTIFIC PUBLICATIONS AND JOURNALS COORDINATOR

Assoc. Prof. Dr. Mustafa YİĞİTOĞLU -mustafayigitoglu@ibu.edu.tr
Coordinator, Bolu Abant Izzet Baysal University, Bolu-TURKEY

Assist. Prof. Dr. Can DOĞAN–can.dogan@ibu.edu.tr
Coordinator Assistant, Bolu Abant Izzet Baysal University, Bolu-TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Fatma DEMİRAY AKBULUT – demiray_f@ibu.edu.tr
Coordinator Assistant**,** Bolu Abant Izzet Baysal University, Bolu-TURKEY

BAŞ EDİTÖR/ EDITOR IN CHIEF

Assoc. Prof. Dr. Cengizhan YILDIRIM- yildirim_c@ibu.edu.tr
Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Bolu-TURKEY

DERGİ YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Fatih SAVAŞAN - fsavasan@sakarya.edu.tr
Sakarya University, Faculty of Political Sciences, Sakarya-TURKEY
Prof. Dr. Mehmet ASUTAY - mehmet.asutay@durham.ac.uk
Business School, Durham-UK
Prof. Dr. Yunus KAYA - yunus.kaya@istanbul.edu.tr
İstanbul University, Faculty of Economics, İstanbul-TURKEY
Prof. Dr. Lütfi SUNAR – lutfi.sunar@medeniyet.edu.tr
İstanbul Medeniyet University, Faculty of Art, İstanbul-Turkey
Assoc. Prof. Dr. Abdullah TOPCUOĞLU – abdullah.tocuoglu@ibu.edu.tr
Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Bolu-TURKEY
Assoc. Prof. Dr. Mustafa ALTUNOK – altunok_m@ibu.edu.tr
Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Bolu-TURKEY
Assist. Prof. Dr. İlhan SAĞSEN – ilhansagsen@ibu.edu.tr
Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Bolu-TURKEY
Assist. Prof. Dr. Serdar ŞAHİN – serdarsahin@ibu.edu.tr
Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Bolu-TURKEY
Dr. Cihan ÇOBANOĞLU– cihancobanoglu@ibu.edu.tr
Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Bolu-TURKEY

DİL EDİTÖRÜ / LANGUAGE EDITOR

Assist. Prof. Dr. Emre ERGİN – emre.ergin@ibu.edu.tr

YAYIN EDİTÖRÜ / PUBLISHING EDITOR
Research Assistant Fatih EROĞLU – fatih.eroglu@ibu.edu.tr

HAKEM KURULU / REFEREE BOARD

Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, en az iki hakemin görev aldığı çift taraflı kör hakemlik sistemi kullanmaktadır. Hakem isimleri gizli tutulmakta ve yayımlanmamaktadır. / **Bu konuda genel bilgi için** https://dergipark.org.tr/tr/pub/esad

The International Journal of Economic and Social Research uses double-blind review fulfilled by at least two reviewers. Referee names are kept strictly confidential. **For detailed information, please click here:** https://dergipark.org.tr/tr/pub/esad

ADRES/ADDRESS

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Bolu

Bolu Abant Izzet Baysal University Faculty of Economic and Administrative Sciences Golkoy Campus-Bolu

e-mail: iibfdergi@ibu.edu.tr

DİZİNLENME BİLGİLERİ / ABSTRACTING AND INDEXING SERVICES

BAİBÜ İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, TR Dizin, Index Copernicus, EBSCO, Contemporary Science Association, Cabell's Directories ve ASOS endekslerinde taranmaktadır

click here: http://sabited.ibu.edu.tr/

Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (ESAD) yılda iki kez yayınlanan hakemli, akademik uluslararası bir dergidir. **ESAD'da** yayınlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir. Yayın dili Türkçe olmakla beraber diğer dillerde de yazılar yayınlanmaktadır. Yayınlanan yazıların bütün yayın hakları **ESAD'a** ait olup, yayıncının izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz, çoğaltılamaz ve elektronik ortama taşınamaz. Yazıların yayınlanıp yayınlanmamasından yayın kurulu sorumludur.

The International Journal Economic and Soical Research is a peer-reviewed, international journal published two times a year. The scientific and legal responsibility of the articles published in **The International Journal Economic and Soical Research** belongs to the authors. Although the language of publication is Turkish, articles are published in other languages. All publication rights of the published articles belong to **The International Journal Economic and Soical Research** and cannot be printed, reproduced or transferred to the electronic media in whole or in part without the permission of the publisher. The editorial board is responsible for publishing the articles.

İçindekiler/Contents

i/v	Jenerik/Generic

Makaleler/Articles

1-15	Hamza ÇEŞTEPE, Osman TÜZÜN, Huri Gül AYBUDAK **Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı ve Doğrudan Yabancı Yatırımların Ekonomik Büyümeye Etkisi: E7 Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir Analiz** The Effects of High-Tech Product Export and Foreign Direct Investments on Economic Growth: An Empirical Analysis on E7 Countries
16-31	Özlem ARSLAN **Yeni Merkez Bankası Şeffaflık Endeksi: TCMB Üzerine Bir İnceleme** The New Central Bank Transparency Index: A Survey on The CBRT
32-57	Alper YILMAZ **Ticari Açıklığın ve Yenilenebilir Enerji Tüketiminin Çevresel Etkilerinin Ekolojik Ayak İzi Üzerinden Değerlendirilmesi; Yükselen Piyasa Ekonomileri Örneği** Assessment The Environmental Effect of Trade Openness and Renewable Energy Through Ecological Footprint; The Case of Emerging Markets
58-70	Mehmet ŞENGÜR, Müslime SÖZEN **Gelişmekte Olan Ülkelerde Ar-Ge Harcamaları Yoksulluk İlişkisi** R&D Expenditures and Poverty Nexus in Developing Countries
71-81	Goncagül AVAN, Esra KAÇMAZ LEVENT, Abdulkadir LEVENT **Historical and Archeametric Evaluation of a Group of Copper Coins Belong to Artuqids Period Available in the Batman Museum** Batman Müzesinde Bulunan Artuklu Dönemine Ait bir Grup Bakır Sikkenin Tarihsel ve Arkeometrik Olarak Değerlendirilmesi
82-95	Salih ÜLEV, Hüseyin BURGAZOĞLU, Mervan SELÇUK **Katılım Bankası ve Konvansiyonel Banka Müşterilerinin Genel Risk Algısı ve Finansal Risk Toleransı** General Risk Perception and Financial Risk Tolerance of Participation and Conventional Bank Customers
96-108	Elif ERBAY, Gülşah ŞENTÜRK **Does Food Inflation Cause Suicide in Turkey?** Gıda Enflasyonu Türkiye'de İntihara mı Yol Açıyor?
109-140	Yunus KALKAN, Halim TATLI **Blockchain Analiz Göstergelerinin Bitcoin Fiyatı Üzerindeki Etkisi** The Effect of Blockchain Analysis Indicators on Bitcoin Price

141-158 Bülent ORDU, Rahmi YÜCEL

Ar-Ge Giderleri Hisse Başına Kâr İlişkisi: Borsa İstanbul Örneği

Relationship between R&D Expenditures Earnings Per Share: Borsa Istanbul Example

159-171 Derya YÜCEL

Proaktif Başa Çıkma ve Bireysel Çift Yönlülük İlişkisinin Önemi: Yöneticiler Üzerinde Bir Araştırma

The Importance of Proactive Coping and Individual Ambidexterity Relationship: A Study on Managers

172-184 Osman PALA

BIST Perakende Ticaret Sektöründe MSY ve WSM Tabanlı Finansal Başarı Ölçümü ve Duyarlılık Analizi

MSY and WSM Based Financial Success Measurement and Sensitivity Analysis in BIST Retail Trade Sector

185-197 Mehmet YOLCU, Feride ÖZTÜRK

The Effect of Dividend Distribution Announcements on Stock Prices: Evidence from Borsa Istanbul

Kâr Payı Dağıtım Duyurularının Hisse Fiyatlarına Etkisi: Borsa İstanbul Örneği

198-213 Süheyla SÜER, Nurettin PARILTI

Tüketici Sinizminin Marka Aşkı ve Marka Güveni Üzerindeki Etkisi: E-Ticaret Markası Üzerine Bir Araştırma

The Effect of Consumer Cynicism on Brand Love and Brand Trust: A Research on E-Commerce Brand

214-226 Kürşad Emrah YILDIRIM, Gözde SUNMAN

Öz Yeterlilik İnancının Sosyal Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Anadolu Üniversitesi ve Aksaray Üniversitesi Öğrencileri Örneği

The Effect of Self-Efficacy Belief on Social Entrepreneurship Intent: The Case of Anadolu University and Aksaray University Students

227-242 Muhammed Z. ÇIĞMAN

Türk Kamu Yönetimi Yazınında Araştırma Nesnesi Sorunu: Amme İdaresi Dergisi Örneği (2005- 2021)

The Subject Matter Problem in the Turkish Public Administration Literature: Amme İdaresi Dergisi Case (2005-2021)

243-257 İpek ÇİMEN BULUT

Avrupa Birliği Hukuku Kapsamında Yasal Göç Yönetimi

Legal Migration Management within the Scope of European Union Law

258-273 Hakan KARAASLAN

Geniş Akdeniz Havzası'ndaki Başlıca Güvenlik Tehditleri ve Sorunları: Bir Çatışma ve Rekabet Alanı Olarak Akdeniz

The Main Security Threats and Problems in the Wider Mediterranean Basin: Mediterranean as an Area of Conflict and Competition

Recep AYDIN

274-294 **Koordine Kuruluş Kategorisi Üzerine Bir İnceleme**

An Assessment on the Category of Coordinated Institutions

Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

The International Journal of Economic and Social Research

2022, 18(2)

Öz Yeterlilik İnancının Sosyal Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Anadolu Üniversitesi ve Aksaray Üniversitesi Öğrencileri Örneği

The Effect of Self-Efficacy Belief on Social Entrepreneurship Intent: The Case of Anadolu University and Aksaray University Students

Kürşad Emrah YILDIRIM[1], **Gözde SUNMAN**[2]

Geliş Tarihi (*Received*): 25 Ağustos 2022 **Kabul Tarihi (*Accepted*):** 26 Ekim 2022 **Yayın Tarihi (*Published*):** 30 Aralık 2022

Öz: Girişimciliğin bir türü olan sosyal girişimcilik kavramı son yıllarda toplumsal sorunların çözümünde bir araç olarak ön plana çıkmaktadır. Bireysel anlamda kendine inanan ve öz yeterliliği yüksek bireyler davranışlarının güzel sonuçlar getireceğine inanarak girişimci davranışlar sergileme konusunda istekli davranmaktadır. Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyeti üzerine etkisini incelemektir. Hem alan yazında bu konuda bir çalışmaya rastlanılmamış olması, hem de toplumun geleceği olan üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancını ve sosyal girişimcilik niyetini ortaya koyması açısından bu çalışma önem arz etmektedir. Çalışmanın örneklemi Anadolu Üniversitesi ve Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerdir (n= 739). Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden alan araştırması (tarama modeli) kullanılmıştır. Veri toplamak amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Elde edilen veriler kullanılarak araştırma modeli ve hipotezleri, Regresyon analizi yardımıyla test edilmiştir. Araştırma bulgularına göre üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyeti üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna ilaveten üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyetinin alt boyutları olan sosyal vizyon, yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçların literatüre ve araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.
Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimci, Öz Yeterlilik, Öz Yeterlilik İnancı, Üniversite Öğrencileri.

&

Abstract: The concept of social entrepreneurship, which is a type of entrepreneurship, has come to the forefront as a tool in the solution of social problems in recent years. Individuals who believe in themselves individually and have high self-efficacy are willing to exhibit entrepreneurial behaviors, believing that their behavior will bring good results. The aim of this study is to examine the effect of university students' self-efficacy beliefs on social entrepreneurship intention. This study is important both in the fact that there is no study on this subject in the literature and it reveals the self-efficacy belief and social entrepreneurship intention of university students, who are the future of the society. The sample of the study was students studying at Anadolu University and Aksaray University Faculty of Economics and Administrative Sciences (n= 739). Field research (screening model), one of the quantitative research methods, was used in the research. Questionnaire method was used to collect data. Data were collected by convenience sampling method. Using the data obtained, the research model and hypotheses were tested with the help of Regression analysis. According to the research findings, it was determined that university students' self-efficacy beliefs had an effect on their social entrepreneurship intention. In addition, it has been concluded that university students' self-efficacy beliefs have an effect on social vision, innovation, sustainability and social networks, which are the sub-dimensions of social entrepreneurship intention. It is thought that the results obtained will contribute to the literature and researchers.
Keywords: Social Entrepreneurship, Social Enterprise, Self Efficacy, Self Efficacy Belief, University Students.

Atıf/Cite as: Yıldırım, K. E. & Sunman, G. (2022). Öz Yeterlilik İnancının Sosyal Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Anadolu Üniversitesi ve Aksaray Üniversitesi Öğrencileri Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi.* 18(2). 214-226.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijaws

Copyright © Published by Bolu Abant Izzet Baysal University, Since 2005 – Bolu

[1] Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, e-mail: keyildirim@anadolu.edu.tr, ORCİD: 0000-0002-7824-4916 (Sorumlu Yazar)
[2] Dr. Öğr. Üyesi, Kapadokya Meslek Yüksekokulu, e-mail: gozde.sunman@kapadokya.edu.tr, ORCİD: 0000-0002-8154-6827

1. Giriş

Her toplum farklı nedenlerden kaynaklanan çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Toplumsal sorunların artması ve kamu kurumlarının bu toplumsal ihtiyaçları karşılamakta yetersiz kalması sosyal girişimcilik kavramını ortaya çıkarmıştır. Sosyal girişimciler, sosyal kârı sağlamak ve girişimlerini sürdürülebilir kılmak için maddi kazancı bir araç olarak gören kişilerdir. Dolayısıyla sosyal girişimcilik son yıllarda toplumsal sorunların çözümünde bir araç olarak ön plana çıkmaktadır.

Sosyal sorunlar kamunun kaynak yetersizlikleri, iş çevrelerinin kâr amaçlarının yeterince gerçekleşmemesi gibi nedenler ile ortaya çıkan sosyal açıklardır. Ekonomik, sosyal ya da kültürel farklılıklar toplumları ve toplumların yaşadığı sosyal sorunları farklılaştırmaktadır. Sosyal girişimciliğin temelinde tıpkı ticari girişimciliğin temelinde olduğu gibi risk alma, yenilikçi olma ve kar elde etme gibi özellikler barınmakla birlikte; temel amacı sosyal misyon ile yola çıkıp sosyal bir değer yaratmaktır. Bu nedenle "sosyal girişimcilik" sosyal ihtiyaçların giderilmesi için farklı kaynakları bir araya getirme, fırsatları yenilikçi bir şekilde değerlendirip sosyal değişim yaratma olarak tanımlanmaktadır (Mair ve Marti, 2006: 37).

Girişimciliğin en önemli adımı olarak görülen karar verme kavramı girişimcilik niyetini ortaya çıkarmaktadır (Çelik ve diğerleri, 2014: 114). Toplumları ilgilendiren her türlü sorunun çözümünde etkili olacağı düşünülen sosyal girişimcilik olgusu toplumlar için yükselen bir değer olduğundan sosyal girişimcilik davranışı sergileme niyetinde olan bireyler toplumlar için oldukça önem arz etmektedir. Bireylerin sosyal girişimcilik davranışları sergileyebilmesine neden olabilecek bireysel bazı niteliklere haiz olmaları gerekmektedir. Öz yeterlilik inancı, bireylerin günlük hayatlarından iş ve sosyal ortamlarına kadar birçok alanda başarıya ulaşabilmeleri için gerekli olan içsel bir dinamiktir. Bununla birlikte sosyo-bilişsel yaklaşıma dayandırılan ve birey-çevre etkileşiminin bireyin girişimsel karar verme sürecini etkilediğini ifade eden girişimsel öz-yeterlilik modeli (Baron, 2004: 228) girişimcilik davranışına bağlamsal ve çevresel bir bakış açısı getirmektedir. Dolayısıyla yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler, davranışlarının güzel sonuçlar getireceğine inanmakta (Bandura, 2002: 8) ve yenilik yapmak, risk almak gibi girişimci davranışlar sergileme konusunda daha cesur davranmaktadır (Mair, 2002: 8; Meydan, 2011: 30).

Bu çalışma kapsamında; (a) akademik alanda son yıllarda dikkat çeken kavramlardan bir tanesi olan sosyal girişimcilik kavramının ve öz yeterlilik kavramının teorik olarak incelenmesi, (b) öz yeterlilik inancı ve sosyal girişimcilik niyetinin iki farklı üniversite öğrencileri örnekleminde ele alınması, (c) üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyeti üzerine bir etkisinin olup olmadığının ortaya konulması, (d) uygulamadan elde edilecek sonuçlarla alan yazına katkı sunacak değerlendirmelerde ve gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır.

Alan yazında konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, özellikle bireysel bir değişken olan öz yeterlilik inancı ile sosyal girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin aynı anda iki farklı üniversite karşılaştırması ile ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Sosyal girişimciliği etkileyen faktörler olarak kişilik özellikler, iş tatmini, yaşam tatmini, duygusal zekâ, sosyal zekâ veya sosyal destek gibi bazı değişkenler incelenmiş olmakla birlikte, öz yeterlilik inancı ve sosyal girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin araştırıldığı herhangi bir çalışmaya da rastlanmamıştır. Bu bağlamda, araştırmanın temelini "üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyeti üzerine bir etkisinin olup olmadığı" sorusu oluşturmaktadır. Sosyal girişimcilik olgusunun incelenmesi hem toplumsal alanda uzun dönemli sosyal dengenin kurulması, hem de bu dengenin korunması açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu araştırma, gerek literatürdeki ilgili boşluğu doldurması ve literatüre katkı sağlaması gerekse toplumsal bir sorumluluk olan sosyal girişimcilik olgusunun geleceğin dinamik yön vericisi olan üniversite öğrencileri bağlamında ortaya koyulması bakımından önem arz etmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde sosyal girişimcilik ve öz yeterlilik kavramları literatür bilgisi ışığında tanımlanmaya çalışılacaktır.

2.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı

Sosyal girişimcilik, var olan bir sosyal sorunu fark eden girişimci bireyin, bu soruna farklı bakış açısı ile bir yenilik ve sürdürebilirlik kazandırması dolayısıyla geçici olmayan bir çözüm getirmesi süreci şeklinde tanımlanabilir. Sosyal girişimciler kâr amacı gütmeseler de kâr amacı güden girişimciler ile benzer şekilde fırsatları kovalayan, buldukları fırsatları yenilikçi bakış açıları ile değerlendiren, risk alarak aldıkları risk sonucunda fayda yaratabilen kişiler olarak ifade edilebilirler. Kar elde etme konusunda kar elde etme amacı güden girişimcilerden farklılaşan sosyal girişimcilerin misyonlarında aldıkları risk sonucunda sosyal değer yaratmak vardır. Faaliyetlerin sonucunda kar elde edilmesi durumu ilave kazanç olarak değerlendirilir (Dees ve Elias, 1998: 1) ve bu kar yine sosyal girişimcilik faaliyetlerine katkı sağlaması amacı ile kullanılır. Sosyal bir vizyonu benimseyen sosyal girişimciler, sürekliliği olan sosyal ağları yapılandırarak, kendine yetebilen finansal getiriler elde etmeyi başaracak, yenilikçi girişimcilik faaliyetini gerçekleştiren kişilerdir (Koe Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010: 259).

Sosyal girişimciliğin çeşitli boyutları mevcuttur. Bu boyutlar kendi içerisinde alt boyutlara ayrılarak tanımlanmaktadır (Praszkier ve Novak 2012: 14). Koe Hwee Nga ve Shamuganathan (2010: 263) yapmış oldukları sosyal girişimcilik çalışmasında, sosyal girişimciliğe ait boyutları; sosyal vizyon sahibi olmak, gelir getirici faaliyetlerde bulunmak, sürdürülebilir olmak, sosyal ağlara sahip olmak ve yenilikçilik olarak belirlemişlerdir. Sosyal vizyon boyutu, sosyal girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran en temel fark olarak değerlendirilmektedir. Toplumsal anlamda sosyal bir denge sağlanmak için özellikle kamu sektörünün ve onunla beraber özel sektörün yetersiz kaldığı durumlarda, sosyal girişimcilerin mevcut sosyal sorunları fark edip ve bu sorunları çözmek için harekete geçmeleri, sosyal girişimin sosyal vizyon boyutunu oluşturmaktadır. Sosyal girişimciliğin sorun çözme odaklı bu faaliyetlerini hayırseverlik faaliyetlerinden ayırmaya yarayan sosyal vizyon, sorunlara geçici çözümler bulmak yerine sorunun başlangıç noktasını bulup, çözümü için kalıcı sonuçlar elde edilebilecek bir süreç oluşturmayı hedeflemekte böylece hayırseverlik faaliyetleri ile sosyal girişimcilik faaliyetleri birbirinden ayırt edilebilmektedir (Güler, 2010: 73).

Gelir getirici faaliyetlerde bulunmak boyutu sosyal girişimciliğin maddi boyutunu temsil etmektedir. Bilindiği gibi işletmelerin gerçekleştirmek istedikleri faaliyetleri sürdürebilmesi için maddi girdilere ihtiyaçları vardır. İhtiyaç duyulandan az maddi girdiye sahip olan işletmelerin uzun dönemde bu faaliyetleri gerçekleştirmeleri mümkün olmaz. Bu durum sosyal girişimciler için de geçerlidir. Sosyal girişimciler, sorunların çözümünde belirledikleri ihtiyaçları yenilikçi bir şekilde karşılamak amacıyla girişimcilik faaliyetlerinin içerisine kâr amacını da eklemişlerdir. Sosyal girişimcilerin kâr elde etme isteğinin altında yatan amaç diğer girişimcilerin kar elde etme amacından farklıdır. Onlar için elde ettikleri kâr, gerçekleştirilecek sosyal faaliyetlerin belirlenen amaçlara ulaşabilmesini, çözümlerin kalıcı olmasını ve çeşitlendirilebilmesini sağlamak için gerekli olan bir araçtır (Marangoz, 2012: 89).

Sürdürülebilirlik boyutunda, doğa ve toplum sosyal girişimciler tarafından ekonomik gelişim sürecinin paydaşları olarak sayılmaktır. Sosyal girişimcileri kâr amacı güden girişimcilerden ve hükümet programlarından ayıran en önemli unsurlardan birisi çevreye duyarlı bir şekilde toplumun daha büyük bir kesimine fayda sağlanmasıdır. Sosyal girişimciler sürdürülebilirliği benimseyerek, klasik girişimcilerin ve hükümetlerin karşılamayı karlı görmediği sosyo-ekonomik olarak en alt düzeyde yer alan insanların ihtiyaçlarını karşılayarak toplumsal değişimi sürdürebilen kişilerdir (Koe Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010: 264).

Yenilikçilik boyutunun temelinde inovasyon yatmaktadır. Sosyal girişimciler toplumda fark ettikleri bir sosyal ihtiyacı ancak yenilikçi bir yaklaşımla çözümleyebilirler, bu nedenle yenilikçilik boyutu sadece

sosyal girişimciler için değil tüm girişimciler için oldukça önemli bir boyuttur (Praszkier ve Novak 2012: 17). Bu boyutun öneminin sebeplerinden birisi, diğer girişimcilerin hedef pazarından farklı bir hedef pazara sahip olmasıdır. Sosyal girişimciler için belirlenen hedef pazar diğer girişimcilerin faaliyet göstermeyi arzu etmedikleri, ilgi göstermedikleri yani yeterli karın olmadığı pazarlardır. Bu pazarlar genellikle gelir sınıflandırması içerisinde alt gruplarda yer alan kişilerin yer aldığı pazarlardır. Bahsedilen pazarda ihtiyaç duyulan faaliyetlerin gerçekleşebilmesi için sosyal girişimcilere ve onların yenilikçi yöntemlerine ihtiyaç vardır. (Koe Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010: 265).

Sosyal ağlar boyutu, girişimciler için bilgi, iş gücü, yenilikçilik, finansal destek ve kişisel destek sağladığı için oldukça önemlidir. Günümüzde sosyal ağlar ile toplumun geniş bir kesimine ulaşmak kolaylaşmıştır. Dolayısıyla bilginin ve yeniliklerin paylaşımında sosyal girişimciler için sosyal ağların önemi giderek artmakta ve bir ihtiyaca dönüşmektedir. Yine bu ağlar sayesinde sosyal girişimciler kendi aralarında da iletişim kurabilmektedir. Sosyal girişimci gruplar arası iletişim kanallarının açık olması sayesinde girişimciler arasındaki güven artmakta, toplumsal gereksinimler açıkça ifade edilerek gerekli çözümlerin bulunması kolaylaşmaktadır. Çevresindeki diğer sosyal girişimciler ile kaynaklarını birleştiren sosyal girişimciler hem saygınlığını arttıracak hem de bilgi paylaşımını hızlandırarak kendi örgütüne ve sosyal ağında bulunan diğerler örgütlere ve girişimcilere fayda sağlayacaktır (Koe Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010: 265).

2.2. Öz Yeterlilik Kavramı

Bandura'nın 1997 yılında gerçekleştirmiş olduğu çalışmalar ile ortaya ilk kez tartışılmaya başlayan öz yeterlilik kavramı sosyal öğrenme teorisinin önemli bir unsurudur. Kavram, bireyin elde etmek istediği performans standartlarına ulaşabilmek için ihtiyaç duyduğu dolayısıyla gerçekleştirmesi gereken davranışları ortaya çıkaracak alternatif yöntemleri organize etme yeteneğine ilişkin sahip olunan yargıları ifade etmektedir (Bandura, 1997: 144). Öz yeterlilik, her bireyin sahip olduğu beceriler ile elde ettiği olumlu sonuçlar sonucunda kendince geliştirdiği yargıdır. Yani bireyin kendi becerilerine olan güven duygusudur (Senemoğlu, 1998: 228; Kartopu, 2016: 482). Öz yeterlilik, belli bir konuda var olan bireysel yetenek değil; o konuda sahip olduğu kaynaklara güvenmesi anlamına gelir (Yıldırım ve İlhan, 2010: 2)

Öz yeterlilik inancı kişilerin sergilemek istedikleri davranışı sergilemelerinde onlara yardımcı olan temel unsurdur. Bu inancın gelişiminde doğrudan ya da dolaylı faaliyetler sonucunda elde edilen başarılı tecrübeler, model alma, sözel ikna, fizyolojik ve duyuşsal durum gibi birçok bilgi kaynağının etkisinin olduğu bilinmektedir (Kotoman, 2008: 120). Kişilerin kendilerine olan inançlarının bir göstergesi olan öz yeterlilik, herhangi bir problem veya durum ile karşılaşan bireyin kendi kendine sorduğu "bu işi başarabilir miyim?" sorusunun cevabı ile ilişkilidir. Çünkü sorunun cevabı bireyin o işi başarabilmesine etki eden öz yeterlilik inancının bir göstergesidir. Muhakkak her bireyin bu soruya vereceği cevap farklı olacaktır. Çünkü bireyler, bazı durumlarda aynı bilgi ve beceri düzeyine sahip olsalar bile mevcut bilgi ve becerilerini kullanma şekilleri farklı olabilmektedir. Öz yeterliliği düşük olan bireyler, karşılaştıkları sorunların çözümünde gerekli olan her şeye sahip olsalar bile kendilerini bu sorunun çözümünde yetersiz görebilir. Bu durumda başarısızlık kaçınılmaz olur. Ancak özyeterlilik düzeyi yüksek olan bir bireyler, bilgi ve becerilerini geçmişten gelen tecrübeleri ile sentezleyerek kendine güven hissi ile birleştirip söz konusu işi başarı ile gerçekleştireceklerdir (Kartopu, 2016: 482-483). Dolayısıyla, eğer bireylerin sahip olduğu öz yeterlilik inancının derecesi bilinirse beklentilerinin tahmin edilebileceği düşünülmektedir (Oğuz, 2008: 55).

Öz yeterlilik, bireysel performansı olumlu yönde etkileyen bir özelliğe sahiptir. Öz yeterliliği yüksek bireyler, karşılaştıkları zorlu koşullarda bu zorluklardan kaçmak yerine mevcut durumu üstesinden gelinmesi gerekli bir iş olarak görürler. Bu yönüyle öz yeterlilik bireyleri yenilikçi, risk alan, yeni şeyler öğrenmeye açık ve girişimci bireyler olmaya sevk etmektedir (Meydan, 2011: 30). Dolayısıyla öz yeterlilik inancı, bireylerin motivasyon düzeylerinin belirlenmesinde ve sarf edilen çabanın sürdürülmesinde önemli bir etkendir. Örneğin, öz yeterliliğe sahip bireylerin bir görevle ilgili zorluklarla mücadelede

kendinden daha düşük öz yeterliliğe sahip bireylerden daha fazla süreklilik gösterdikleri söylenebilir. Bu anlamda, bireyin karşılaştığı zorlukları aşmak için güçlü bir inanca sahip olması zorluklarda mücadelede devamlılığını ve çabasını arttırmaktadır. Öz yeterliliği yüksek bireyler, karşılaştıkları sorunları kendini geliştirmek için önemli bir fırsat olarak değerlendirmektedir. Böylece, bu bireyler belirledikleri amaçlara ulaşmada yeni yollar belirlerken, bu amaçlara ulaşmak konusundaki ısrarlarını sürdürmektedirler (Kotaman, 2008: 114). Yine bu bireyler gerçekleştirdikleri faaliyetler sonucunda başarısızlıkla karşılaştıklarında, başarısızlığın kendilerinden kaynaklandığını düşünüp kendilerini suçlamak yerine uyguladıkları stratejinin yanlış olduğunu düşünmektedir. Bu durum bu bireylerin hızlı bir şekilde kendilerini toparlamalarını, kendilerini amaca ulaştıracak alternatif stratejiler belirlemelerini ve başarıya ulaşmak için yeniden motive olmalarını kolaylaştırmaktadır (Uysal, 2013: 145).

3. Yöntem

Çalışmada, araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen değişkenler arasındaki ilişkileri test etmeyi mümkün kılan nicel araştırma yaklaşımından yararlanılmış, bu değişkenleri değerlendirme usulüne göre "ilişkisel araştırma" ve "alan araştırması (tarama modeli)" deseni kullanılmıştır. Çalışmanın diğer kısımlarında, örnekleme ve veri toplama süreci, kullanılan veri toplama araçları, yapılan geçerlik, güvenirlik ve veri analizi gibi yöntemler ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

3.1. Evren, Örneklem ve Veri Toplama Süreci

Bu araştırmanın evrenini Eskişehir'de bulunan Anadolu Üniversitesi ve Aksaray'da bulunan Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Evren olarak İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin seçilme nedeni, bu fakültedeki bölümlerde girişimciliğe yönelik eğitimlerin veriliyor olmasıdır. Araştırmada, amaca yönelik olarak hazırlanmış ve önceki çalışmalarda geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş bir anket aracılığıyla kolayda örnekleme yöntemine göre 739 katılımcıdan toplanan veriler analizlere esas teşkil etmiştir.

3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Sosyal girişimcilik niyetinin ölçümü için; Koe Hwee Nga ve Shamuganathan'ın (2010) öğrencilere yönelik sosyal girişimciliğe başlama niyetinin ölçülmesi amacıyla hazırlamış oldukları 5 boyutlu 33 maddelik beşli likert tipi ölçek kullanılmıştır. Ölçekte 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum'u ifade etmektedir. Bu ölçek Reyhanoğlu ve Akın (2012) tarafından Türkiye'de denenmiş ve güvenilir (Cronbach Alfa= 0,69-0,84) bulunmuştur. Ölçekte sosyal vizyon, finansal getiri, sürdürülebilirlik, inovasyon ve sosyal ağlar olmak üzere 5 boyut bulunmaktadır.

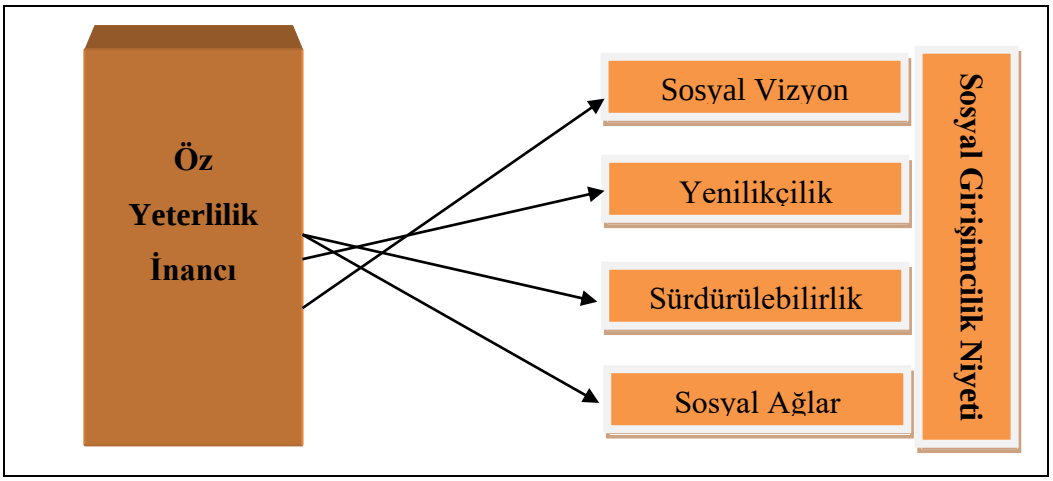
Öz Yeterlilik İnancının ölçümü için ise; Schwarzer ve Jerusalem (1995) tarafından geliştirilen "Genel Öz Yeterlilik" ölçeğinden faydalanılmıştır. Başlangıçta 20 maddeden oluşan ölçek 1981 yılında aynı araştırmacılar tarafından yapılan düzenleme ile 10 madde olarak yeniden düzenlenmiştir. Ölçek 1995 yılında son halini almıştır. Belirtilen ölçek birçok araştırmacı tarafından kullanılmıştır. "Genel Öz Yeterlilik" ölçeği dünyada İngilizce dâhil toplamda 25' ten fazla dile çevrisi yapılmış bir ölçektir (Scholz, Dona, Sud ve Schwarzer, 2002). Başta 4'lü likert tipi ile hazırlanan ölçek sonra 5'li likert tipine dönüştürülmüş ve bu şekli ile kullanılmıştır (Meydan, 2011). Aypay (2010) tarafından geçerlilik ve güvenirlik analizi (Cronbach Alfa= 0,63-0,79) yapılarak Türk kültürüne uyarlanmıştır.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Teorisi'nden faydalanılarak ilk niyet temelli sosyal girişimcilik modeli geliştirilmiştir (Mair ve Noboa, 2003: 8). Planlı Davranış Teorisi sosyal psikoloji tabanlı bir kuram olmakla birlikte bireylerin davranışlarının temel açıklayıcısı olarak niyetlerin göstergesidir. Niyetlerin ise davranışa yönelik tutum, kişisel norm ve algılanan davranışsal kontrol tarafından açıklandığını dile getirilmektedir. Mair ve Noboa (2003) bu modeli sosyal girişimcilik alanına uyarlayarak; sosyal girişimcilik niyetlerinin, bir sosyal girişim kurmada algılanan istekliliği ve bir sosyal girişimin kurulması

için algılanan yeteneği şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Mair ve Noboa; öz yeterlilik ve sosyal desteğin sosyal girişimciliği kolaylaştırdığını öne sürmektedir. Bu bağlamda yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler, davranışlarının güzel sonuçlar getireceğine inanarak (Bandura, 2002: 8) risk almak, yenilik yapmak gibi girişimci davranışlar sergilemektedir (Mair, 2002: 8; Meydan 2011: 30). Buradan hareketle araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

Şekil 1: Araştırma Modeli ve Hipotezler



H_1: Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1a}: Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin sosyal vizyon (SV) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1b}: Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin yenilikçilik (İNV) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1c}: Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin sürdürülebilirlik (STB) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1d}: Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin sosyal ağlar (SN) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3.4. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Çalışmanın bu bölümünde hipotezlerin testinden önce kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin geçerliliğini kontrol etmek için açıklayıcı faktör analizi, güvenilirliğin testi için ise güvenilirlik testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıda gösterildiği gibidir.

Tablo 1: ÖYİ Ölçeği İçin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Test			**Değer**
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy			0,930
Bartlett's Test of Sphericity			0,000
Açıklanan Varyans (%)			62,486
Ölçek	**Sorular**	**Faktör Yükü**	**Cronbach Alpha**
ÖYİ	1	0,799	0,932
	2	0,771	
	3	0,767	
	4	0,799	
	5	0,762	
	6	0,844	
	7	0,844	
	8	0,799	
	9	0,784	
	10	0,729	

İlk olarak örneklem sayısının yeterliliğini ölçmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluk Ölçüsü (KMO) hesaplanmıştır. Ardından ise kullanılan ölçeklerin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek için Bartlett's Küresellik Testi uygulanmıştır. KMO değerinin 0,50 altında olması durumunda faktör analizi için yeterli örneklem sayısının bulunmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Dolayısıyla bu durumda daha fazla veri toplamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Analizler sonucunda her ÖYİ ölçeği için KMO değeri 0,93 olarak bulunmuş (0,80'in üzerinde) ve örneklem sayısının mükemmel derecede yeterli olduğu görülmüştür. Bartlett's Küresellik Testi sonuçlarında anlamlılık değeri incelenmektedir. Bu değerin 0,05'den küçük olması durumunda ölçeğin faktör analizi uygulamasına elverişli olduğu kararı verilmektedir. ÖYİ ölçeği için yapılan testler sonucunda elde edilen değer 0,000 < 0,05 olduğundan ölçeğin faktör analizine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ÖYİ ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarında açıklanan varyansın %60'ın üzerinde olduğu ve ölçeğin tek bir boyuttan oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. ÖYİ ölçeğini oluşturan toplam 10 sorunun faktör yükleri incelendiğinde tüm yükler 0,5'den büyük olarak hesaplanmıştır. Buna göre, ÖYİ ölçeğini oluşturan soruların tek bir boyutta toplandığı ve soruların bu boyuta "çok iyi derecede" uyumlu olduğunu söylemek mümkündür. Son sütunda yer alan Cronbach Alpha değerine göre ölçeğin %93,2 düzeyinde güvenilir olduğu ve bu düzeyin mükemmel derecede güvenilirliği ifade ettiği görülmektedir.

Tablo 2: SGN Ölçeği İçin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Test	**Değer**
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0,911
Bartlett's Test of Sphericity	0,000
Açıklanan Varyans (%)	62,266

Ölçek	Sorular	Faktör Yükü				Cronbach Alpha
		SV	İNV	STB	SV	
SGN	1	0,542				0,905
	2	0,627				
	3	0,662				
	4	0,691				
	5	0,708				
	6	0,723				
	7	0,739				
	8	0,783				
	9		0,506			0,877
	10		0,550			
	11		0,550			
	12		0,680			
	13		0,781			
	14		0,816			
	15		0,827			
	16		0,832			
	17			0,629		0,922
	18			0,663		
	19			0,781		
	20			0,790		
	21			0,801		
	22			0,836		
	23				0,629	0,780
	24				0,683	
	25				0,735	
	26				0,740	
	27				0,754	

SGN ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluk Ölçüsü (KMO) 0,911 olarak bulunmuş (0,80'in üzerinde) ve örneklem sayısının mükemmel derecede yeterli olduğu görülmüştür. Bartlett's Küresellik Testi sonucunda elde edilen değer 0,000 < 0,05 olduğundan ölçeğin faktör analizine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. SGN ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarında açıklanan varyansın %60'ın üzerinde olduğu ve ölçeğin dört boyuttan oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. SGN ölçeğini oluşturan toplam 27 sorunun faktör yükleri incelendiğinde tüm

yükler 0,5'den büyük olarak hesaplanmıştır. Buna göre, SGN ölçeğini oluşturan soruların dört boyut içerisindeki dağılımlarının "çok iyi derecede" uyumlu olduğunu söylemek mümkündür. Son olarak SGN ölçeğini oluşturan alt boyutların her biri için hesaplanan Cronbach Alpha değerlerinin tümü %70'in üzerindedir. Bu durumda hem tüm alt boyutlar için hem de genel olarak SGN ölçeği için güvenilirliğin sağlandığı ifade edilebilir.

3.5. Tanımlayıcı Bulgular

Bu bölümde ilk olarak katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim gördükleri üniversite ve bölümlerine ilişkin demografik özellikler tanımlanmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 3'de özet halde sunulmuştur.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Özellik	**Kategori**	**Sıklık**	**Yüzde (%)**
Cinsiyet	Kadın	373	50,5
	Erkek	366	49,5
	Toplam	**739**	**100**
Medeni Durum	Evli	6	0,8
	Bekar	733	99,2
	Toplam	**739**	**100**
Yaş	17-19	190	25,7
	20-22	396	53,6
	23-25	124	16,8
	26-28	19	2,6
	28+	10	1,4
	Toplam	**739**	**100**
Üniversite	Anadolu	385	52,1
	Aksaray	354	47,9
	Toplam	**739**	**100**
Bölüm	Yönetim Bilişim Sistemleri	68	9,2
	İşletme	234	31,7
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	72	9,7
	İktisat	144	19,5
	Maliye	117	15,8
	Uluslararası İlişkiler	52	7,0
		52	7,0
	Toplam	**739**	**100**

Toplam 739 katılımcının tümü sorulara cevap vermiştir. Buna göre katılımcıların 373 tanesi (%50,5) kadınlardan, 366 tanesi (%49,5) ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %0,8'ini oluşturan 6 kişinin evli, %99,2'sini oluşturan 733 kişinin ise bekar olduğu görülmektedir. Bu durumun temel sebebi, katılımcıların lisans öğrencisi olması şeklinde açıklanabilmektedir. Katılımcıların %25,7'si (190 tanesi) 17-19 yaş aralığında, %53,6'sı (396 tanesi) 20-22 yaş aralığında, %16,8'i (124 tanesi) 23-25 yaş aralığında, %2,6'sı (19 tanesi) 26-28 yaş aralığında yer alırken %1,4 (10 tanesi) 28 yaşın üzerindedir. İki farklı üniversiteden toplanan verilerin %52,1'i Anadolu Üniversitesi öğrencilerinden, kalan %47,9'u ise Aksaray Üniversitesi öğrencilerinden elde edilmiştir. Son olarak katılımcıların okudukları bölümlere ilişkin dağılım incelendiğinde katılımcıların en fazla %31,7 (234 kişi) ile İşletme bölümü öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir. Bu bölüm öğrencilerini %19,5 (144 kişi) ile İktisat bölümü öğrencileri, %15,8 (117 kişi) ile Maliye bölümü, %9,7 (72 kişi) ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümü öğrencileri takip etmektedir. Son iki sırada ise %9,2 (68 kişi) ile Yönetim Bilişim Sistemleri bölümü öğrencileri ve %7 (52 kişi) ile Uluslararası İlişkiler bölümü öğrencileri yer almaktadır.

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin testi için uygulanacak basit regresyon analizinin en temel varsayımı verilerin normal dağılıma sahip olmasıdır. Bu sebeple hem Öz Yeterlilik İnancı ölçeğini oluşturan soruların hem de Sosyal Girişimcilik Niyeti ölçeğini ve alt boyutlarını oluşturan soruların ortalama değerlerine ait çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Analiz kapsamında kullanılan değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 4'de özetlenmiştir.

Tablo 4: Ölçeklerin ve Alt Boyutların Tanımlayıcı İstatistikleri

	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
ÖYİ	3,8018	0,80536	-1,356	2,028
SGN	3,7789	0,58367	-1,337	2,943
SV	3,9428	0,73153	-1,402	2,465
İNV	3,6695	0,74205	-0,789	1,165
STB	3,8854	0,82587	-1,037	1,162
SN	3,5640	0,76208	-0,400	0,001

Verilerin değerlendirilmesinde katılımcıların vermiş oldukları cevapların ölçeklere ve alt boyutlara göre ortalama değerleri ele alınmıştır. Bunun sebebi, kullanılan ölçeklerde herhangi bir kesme puanının olmamasıdır (Sarı vd., 2019: 1804). Özellikle normal dağılıma uygunluk için çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Kline (2010: 63), verilerin normal dağılıma sahip olduğunun kabul edilebilmesi için çarpıklık değerinin ±3, basıklık değerinin ise ±10 aralığında yer alması gerektiğini ileri sürmüştür. Bu kapsamda ölçeklere ve alt boyutlarına ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin ilgili aralıklarda olduğu, bu sebeple analizde kullanılacak değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir.

3.6. Analiz Sonuçları

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerin testi için Basit Regresyon Analizi uygulanmıştır. Tüm hipotezlerin testi için ayrı ayrı Regresyon Analizi yapılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 5'de gösterilmektedir.

Tablo 5: Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R^2	Beta	Sabit	Sig.
I	**Öz Yeterlilik İnancı**	**Sosyal Girişimcilik Niyeti**	0,418	1,590*	0,892*	0,000[a]
		Sosyal Vizyon Boyutu	0,260	0,561*	1,590*	0,000[a]
		Yenilikçilik Boyutu	0,492	0,762*	1,007*	0,000[a]
		Sürdürebilirlik Boyutu	0,129	0,350 *	2,443*	0,000[a]
		Sosyal Ağlar Boyutu	0,109	0,350*	2,556	0,000[a]

**0,05 düzeyinde anlamlı*

Yapılan Basit Regresyon Analizi sonuçlarına göre tüm hipotezlerin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlk olarak test edilen H_1 hipotezinde ÖYİ'nin SGN üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir. SGN'nin alt boyutları olan SV, İNV, STB ve SN için yapılan analiz sonuçları birlikte değerlendirildiğinde ÖYİ'nin SGN'nin tüm alt boyutların üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, çalışma kapsamında oluşturulan "**H_1:** Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır", "**H_{1a}:** Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin sosyal vizyon (SV) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır", "**H_{1b}:** Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin yenilikçilik (İNV) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır", **H_{1c}:** Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin sürdürülebilirlik (STB) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır" ve "**H_{1d}:** Öz yeterlilik inancının, sosyal girişimcilik niyetinin sosyal ağlar (SN) boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezlerinin kabul edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

4. Sonuç

Toplumsal sorunların çözümünde etkili olacağı düşünülen sosyal girişimcilik olgusu her toplum için büyük bir önem arz etmektedir. Fakat her bireyin sosyal girişimcilik davranışında bulunması söz konusu değildir. Sosyal girişimcilik davranışları sergileyebilmek için bireysel bazı niteliklere haiz olmak gerekmektedir. Bireylerin başarıya ulaşabilmeleri için içsel bir dinamik olan öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik davranışı sergilemekte etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyeti üzerine bir etkisinin olup olmadığını belirlemek olmuştur. Belirlene bu amaç doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkileri test edebilmeye olanak sağlayan nicel araştırma yaklaşımından yararlanılmıştır. Eskişehir ilindeki Anadolu Üniversitesi ve Aksaray ilindeki Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada, alan yazında daha önce geçerlilik ve güvenirlikleri test edilmiş ölçeklerden oluşturulan bir anket aracılığıyla veriler toplanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemine göre 739 katılımcıdan toplanan veriler analizlere esas teşkil etmiştir.

Verilerin analizi sonucunda üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte alt hipotezlerin test edilmesi sonucunda üniversite öğrencilerinin öz yeterlilik inancının sosyal girişimcilik niyetinin alt boyutları olan sosyal vizyon, yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu bulgulanmıştır. Bu bulgulara göre öz yeterlilik inancı yüksek olan üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik niyetinin de yüksek olduğu yorumu yapılabilir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar alan yazında daha önce yapılmış öz yeterliliği yüksek bireylerin girişimcilik süreçlerinde daha başarılı olduklarını ortaya koyan çalışmalarla örtüşmektedir. (Çetin, 2011; Meydan, 2011; Çankır, 2016; Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2016; Yener ve Salur, 2017, Drnovsek vd., 2009; Bird, 1988). Fakat öz yeterlilik inancı ve girişimciliğin bir türü olan sosyal girişimcilik niyetini birlikte

ele alan çalışmalara rastlanmamış olmakla birlikte bu anlamda mevcut araştırmanın alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma ayrıca sosyal girişimciliğin bir toplumun sosyal sorunlarının çözümünde etkili olduğu göz önüne alındığında, özellikle gelecek nesillerimiz olan üniversite öğrencilerine bu konuda farkındalık eğitimleri uygulamanın gerektiğini göstermektedir. Sosyal girişimciliğin teşvik edilmesi ile ilgili çalışmalarda öz yeterlilik gibi kişisel bazı özellikler olduğu göz önünde bulundurularak eğitimlerle bu özelliğin desteklenmesi sonucunda sosyal girişimciliğin arttırılması ve topluma yayılmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Ayrıca farklı örneklemler üzerinde bu araştırmaya benzer çalışmalar yapılarak karşılaştırmalar yapılması da hem alan yazındaki araştırmacılar hem de sahadaki uygulayıcılar açısından önemli faydalar sağlayacaktır.

Kaynaklar

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour, Organization Behaviour and Human Decision Process, 50, 179-211.

Aypay, A. (2010). Genel Öz-Yeterlik Ölçeğinin (Göyö) Türkçe 'ye Uyarlama Çalışması, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 11 (2), 113-131.

Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control, New York: Freeman.

Bandura, A. (2002). Growing Primacy of Human Agency in Adaptation and Change in the Electronic Era, European Psychologist, 7(1), 2–16.

Baron, R. A. (2004). The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship's Basic "Why" Questions, Journal of Business Venturing, 19(2), 221-239.

Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The case for intention, Academy of Management Review, 13(3), 442-453.

Çankır, B. (2017). Öz-Yeterlilik ve Değişime Karşı Direncin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi, International Journal of Economic Studies, 3(2), 115-124.

Çelik, A., İnce, M. ve Bozyiğit, S. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(3), 113-124.

Çetin, F. (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü, İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 2(3), 69-85.

Çolakoğlu, H. ve Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi ile Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması, Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi, 17(37), 70-84.

Dees, G. J. ve Elias, J. (1998). The Challenges of Combining Social and Commercial Enterprise, Business Ethics Quarterly, 8(1), 165-178.

Drnovsek, M., Wınent, J. ve Cardon, M. S. (2009). Entrepreneurial Self Efficacy and Business Start-Up: Developing a Multi-Dimensional Definiton, International Journal of Entreprenurial Behavior and Research, 16(4), 329-348.

Güler, B. K. (2010). Sosyal Girişimcilik, İstanbul, Efil Yayınevi.

Kartopu, S. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Öz-Yeterlilik ve Kimlik Duygusu Kazanım Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi: Gümüşhane Üniversitesi Örneği, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(45), 481-500.

Kline, R. (2010). Principles and Practice of Structural Equation Modeling, New York: Guilford.

Hwee, J.N.K. ve Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions, Journal of Business Ethics, 95(2), 259-82.

Kotoman, H. (2008). Özyeterlilik İnancı ve Öğrenme Performansının Geliştirilmesine İlişkin Yazın Taraması, Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(1), 111-133.

Meydan, C. H. (2011). İş Tatmini ve Öz Yeterliliğin Örgüt İçi Girişimciliğe Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(1), 25-40.

Mair, J. (2002). Entrepreneurial Behaviour in A Large Traditional Firm, Research Paper, No:466, June, 1-13, University of Navarra.

Mair, J. ve Noboa, E. (2003). SocialEntrepreneurship: How IntentionstoCreate a SocialEnterprise GetFormed, IESE Business School Universidad de Navarra, Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/4803136.

Mair, J. ve Martı, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, Journal of World Business, 41, 36-44.

Marangoz, M. (2012). Girişimcilik, İstanbul, Beta Basım A.Ş.

Oğuz, Ö. (2008). Lise Öğrencilerinin Mesleki Olgunluk Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi: Özel Arı Lisesi Örneği (Yüksek Lisans Tezi), Erişim Adresi: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp.

Praszkıer, R. ve Nowak, A. (2012). Social Entrepreneurship: Theory and Practice, Cambridge University Press, New York.

Reyhanoğlu, M. ve Akın, Ö. (2012). Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir?, İşletme İktisadı Enstitüsü Yönetim Dergisi, 71, 8-33.

Sarı, S. V., Aydın, B., Şahin, M. ve Oktan, V. (2019). Facebook Bağımlılığının Açıklanması: Ruh Sağlığı Sürekliliği ve Sürekli Umudun Rolü, Kastamonu Eğitim Dergisi, 27(4), 1799-1810.

Scholz U., Dona BG., Sud S. ve Schwarzer, R. (2002). Is General Self-Efficacy A Universal Construct? Psychometric Findings From 25 Countries, European Journal Of Psychological Assesment, 18(3), 242–251.

Schwarzer, R., ve Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy Scale. J. Weinman, S. Wright ve M. Johnston (Ed.) Measures in Health Psychology: A User's Portfolio, Causal and Control Beliefs (ss. 35–37) içinde. Windsor, UK: Nfer-Nelson.

Senemoğlu, N. (1998). Gelişim Öğrenme ve Öğretim-Kuramdan Uygulamaya, Ankara: Ertem Matbaacılık.

Uysal, İ. (2013). Akademisyenlerin Genel Öz-Yeterlilik İnançları: Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Örneği, Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(2), 144- 151.

Yener, S. ve Salur, S. (2017). Girişimciliğin Belirleyeni Olarak Girişimsel Özyeterlilik, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(2), 1337- 1354.

Yıldırım, F. ve İlhan, İ. Ö. (2010). Genel Öz-yeterlilik Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması, Türk Psikiyatri Dergisi, 21(4), 301-308.